

歴史から得た知見で洞察する現代の観光の課題

村 上 則 夫
池 本 昭 治*

目 次

- 第1章 序 論
- 第2章 観光の概念
 - 第1節 観光・旅行・ツーリズムの定義
 - 第2節 観光の現状
- 第3章 観光を取り巻く歴史
 - 第1節 「観光」の歴史
 - 第2節 観光政策の歴史
- 第4章 現代における観光の意義
 - 第1節 現代の観光課題
 - 第2節 観光の役割
 - 第3節 これからの観光づくり
 - 第4節 観光の意義とあるべき姿
- 第5章 結 論 -今後の課題-

第1章 序論

2020年1月に、わが国でも最初の感染者が確認された「新型コロナウイルス感染症」は、まさにパンデミックと呼ばれる事態となった。

国においては、感染拡大を抑制するため緊急事態宣言を発令し、不要不急の外出自粛や飲食店等の営業時間の短縮、企業におけるリモートワークの推奨など国民の日常生活が一変する未曾有の事態となった。

不要不急の外出自粛によって、観光をはじめとする経済活動は停滞を余儀なくされた。一方で、観光には産業としての経済的な効果だけではなく、国や地域の文化

* 長崎県立大学大学院・地域創生研究科2年

を創造し、そして何よりも人の心やからだに与えるリフレッシュ効果という重要な役割があるとともに、われわれ人間が人間らしく、心身ともに健康を保ちながら生きていくためにはとても大切な行動であることを改めて思い知ることとなった。

かつて、国際連合は1967年を「国際観光年」に指定する旨の決議を行うとともに、世界各国に対し、観光が社会、文化、教育、経済等に果たす役割を広く唱導し、かつ、観光の振興に関する諸施策を推進するよう要請した。その際のスローガンが、「観光は平和のパスポート (Tourism Passport to Peace)」であった。世界が平和であれば各国間の交流は盛んになり、互いに相手国を知ることが国際平和に寄与する、ということの意味する¹⁾。まさに、観光は平和の象徴でもある。

一方で、観光は経済的な効果を生み出す産業として、日本においては「観光振興」を国策の大きな柱として掲げている。とりわけ、観光の歴史においては明治時代初期から訪日外国人旅行者の受け入れは、外貨獲得のために行われてきたことでもある。訪日外国人旅行者については、新型コロナウイルス感染症の影響が出る前までは、年々増加の一途をたどっていたところである。今や、観光産業は基幹産業と言われ、東アジアを中心とした外国人旅行者は、豪華クルーズ客船で日本を訪れ、「爆買い」という流行語を生み出すまでになったことは記憶に新しいところである。「爆買い」はすっかり影を潜めてきたものの、あまりにも多くの旅行者が押し寄せた結果、国内の有名観光地には人があふれ、地域住民の日常生活にも影響を及ぼすという、いわゆる「オーバーツーリズム」現象も問題となった。

令和の時代を迎え、一層の環境への配慮が求められるようになると、観光においても「持続可能な観光 (サステナブル・ツーリズム)」²⁾が叫ばれるようになった。1988年に国連世界観光機関 (UNWTO) が「持続可能な観光とは、訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義している。国連が掲げたスローガン「観光は平和のパスポート」は、現代も共通したものである。観光は、戦争やテロ、感染症の流行や大規模自然災害のない平和な世の中だからこそ、世界中の人々が笑顔で行うことができるものである、ということに疑いの余地はないだろう。

現代は過去からの歴史の積み重ねで存在している。歴史の中には、現代における課題の原因となる事象や、その解決策となるヒントがあると考えられる。100年に一度のパンデミックと言われる新型コロナウイルス感染症のまん延は、人命の喪失、世

1) 溝尾良隆『観光学全集 第1巻 観光学の基礎』株式会社原書房、2009年、5頁。

2) 1988年に国連世界観光機関 (UNWTO) でその定義を規定。

界経済における損失、人類の日常生活の激変など多大な被害と混乱を招き、2021年現在も未だ終息への道筋が見えない状況である。今から100年前、現代のような医療体制が整っていない状況下で、当時の人々は「スペイン風邪」というパンデミックの苦難を乗り越えている。また、自然災害も歴史上繰り返されてきた自然現象である。現代に生きる人類がどれだけ新しい技術を編み出そうが、地震や台風などの自然現象を操作することは不可能であろう。しかしながら、いつ、どこで発生するのかわからない自然災害も、その被害を最小限に抑える努力は人類の知恵で行うことができる。そのヒントこそ歴史の教訓から導くことができる可能性が高い。2011年に発生した東日本大震災の衝撃は、日本人の心の奥底に忘れられない記憶として刻み込まれているが、多くの尊い命と引き換えに、残された人類が得た教訓は数知れない。そして、復興へと向かう最中ではあるが、次なる大規模地震の予測もなされているところである。専門家による研究も日進月歩の勢いで進んでいるが、自然災害の発生については、あくまで予測の域を超えないだろう。常に、人類は、自然災害によるリスクと向かい合う姿勢が重要である。

「History repeats itself (歴史は繰り返す)」³⁾は古代ローマの歴史家クルチュウス・ルーフスの言葉だが、現代に起きる様々な課題は、過去にも同じような体験をしていることが多い。過去の失敗から成功のヒントを得るように、過去の経験から得た教訓をもとに、現代の課題解決につながるヒントを見付け出すことも必要ではないだろうか。

本論文では、多くの人々が愛して止まない「観光」が、これからどこに向かっていくべきか。観光の歴史は数百年という長さではあるが、それぞれの時代背景の中でいろんな課題に直面し、乗り越えてきている。そうした歴史を研究することで得た知見をもとに、現代における観光の課題と意義を明らかにし、これからも人々に愛される観光であり続けるために、これからの観光のあるべき姿について提言を行いたい。そして、今後の観光づくりにおいて、人が地上生涯の終着点である死を迎える前に、その最後のいのちをかけて行ってみたいと強く願うような、人の魂が揺さぶられる観光の仕組みや仕掛けづくりについて検討したいと考えている。

本論文の構成としては、第2章では、観光の概念を整理する。観光の語源、類義語として用いられている旅行、ツーリズムなど観光に関連する言葉の定義を先行研究から整理するとともに、観光庁をはじめ観光関係機関の統計資料をもとに、新型コロナウイルス感染症が流行する2019年までの観光に関するデータを中心に観光の

3) 故事ことわざ辞典、<http://kotowaza-allguide.com/>、2021年11月17日。

現状を概観する。

第3章では、観光を取り巻く歴史について、特に日本における観光の歴史、観光政策、歴史上の出来事を中心に振り返り歴史からわかること、教訓として活かしていくべきことについて考察する。

第4章では、歴史から得た知見を踏まえ、現代における観光の課題と意義とは何かを考察するとともに、これからの観光づくりや観光のあるべき姿を検討する。

第5章では、全体の結論として、これからの観光づくりに必要な“まなざし”と「魂を揺さぶる」観光づくりについて提言する。

第2章 観光の概念

第1節 観光・旅行・ツーリズムの定義

ここでは「観光」の概念について考察する。はじめに、「観光」その類義語として使用される言葉の定義を先行研究から整理する。そして、国や関係機関が発表する観光データをもとに現代の観光の現状を概観する。

1. 「観光」の定義

「観光」の語源は、古代中国の『易経』の一節「観国之光、利用賓干王。（国の光を観る、もって王に賓たるによろし。）」とされる。『易経』は古代中国の占いの書であり、国家を代表する者が、国の行く末を決するような場面で利用される、いわゆるリーダーシップの指南書であった⁴⁾。「国の光を観る」から「観光」と言う言葉が導かれたとされるが、「観」には、「観る」と「観られる、示す」という意味があり、「観国之光、利用賓干王」とは、「国の中にある本物を観ることで、真実を見抜く眼を持った立派な王になるだろう」という意味と、「国の中にある本物を（他国の人に）観られることによって、（その国の財力や人材の豊富さに驚嘆される状況となり畏怖の念を抱かれることとなり）無碍に扱われることなく、鄭重に扱われるようになるだろう」という両面の意味を持つ⁵⁾ことになる。「観光」の語源からも、観光には「観る」側としての観光者主体と、「観せる」側である国（地域）主体の意味が存在している。

4) 島川崇『新しい時代の観光学概論—持続可能な観光振興を目指して—』株式会社ミネルヴァ書房、2020年、15頁。

5) 島川崇『新しい時代の観光学概論—持続可能な観光振興を目指して—』株式会社ミネルヴァ書房、2020年、18頁。

井上萬壽蔵氏(1957)は「観光とは、その地域に固有の文化を学び、それを自分の属する社会や地域(国)に役立てる」ことだとしている⁶⁾。また、香川眞氏(2007)は「観光は文化の交流である」と指摘している⁷⁾。先行研究では、「観光」とはその国(地域)の広義での「文化」と解されている。

日本で「観光」という言葉が使われはじめたのは、「観光丸」で知られる江戸時代末期からと言われている。「観光丸」は、1855年にオランダから寄贈された蒸気帆船である。1856年、長崎海軍伝習所の永井尚志の提案で「観光丸」に改名され、幕府海軍の練習艦となった。ここでの「観光」という言葉は「幕府の威光を示す」、「日本の光を觀せる」という意味でつけられたと言われている⁸⁾。

ところで、日本では1963年制定の「観光基本法」、2006年に同法を全文改正し制定された「観光立国推進基本法」という法律の中でも、観光という言葉の定義はなされていない。日本で初めて観光の定義を公にしたのは、1969年の観光政策審議会で、『観光とは、自己の自由時間(=余暇)の中で、観賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為(=レクリエーション)のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行おうとする一連の行動をいう。』と定義している。その後、1995年の観光政策審議会の答申の中では、『観光とは、余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの』と表現されている。

2000年12月1日に開催された観光政策審議会第45回答申「21世紀当初における観光振興方策」において、『「観光」という言葉は、「易経」の一文である「觀国之光」が語源とされているが、それは「国の文化、政治、風俗をよく観察すること」、「国の風光・文物を外部の人々に示すこと」というような意味・語感を有していたといわれていることから「観光」の定義については、単なる余暇活動の一環としてのみ捉えられるものではなく、より広く捉えるべきである。』⁹⁾との指摘もあっている。

先行研究等における観光の定義や概念は幅広いが、本論文では、「観光」の概念を“多くの人々が愛して止まない”ものとして「楽しみを目的とする旅行」と定義

6) 井上萬壽蔵『観光教室』朝日新聞社、1957年、43-65頁；白坂蕃他4名『観光の辞典』株式会社朝倉書店、2019年、6頁。

7) 香川眞『観光学大事典』株式会社木楽舎、2007年、18頁。

8) 香川眞『観光学大事典』株式会社木楽舎、2007年、19頁。

9) 国土交通省、<https://www.mlit.go.jp/index.html>、「21世紀初頭における観光振興方策～観光振興を国づくりの柱に～(答申第45号)」、2021年11月14日。

する。

2. 「旅」と「旅行」の定義

「旅」とは、非日常的な移動である。旅は、古くは遊山という言葉に通じる。遊山とは、もともと信仰をともなった行事であり、山の神を崇めるために時折山に登ることを意味していた¹⁰⁾。時代とともに「気晴らしに山野へ遊びに出かける」という意味になったと言われている¹¹⁾。

また、旅という言葉は、「旅は憂いもの、辛いもの」¹²⁾、「可愛い子には旅をさせよ」¹³⁾などのことわざにあるように、もともと旅は不便で苦難の連続であり、辛く心配なものといった考えがあった。人生を旅と比喩的に表現すれば、ある意味では「楽しみ」と捉えることもできるが、言葉の成り立ちを考えると、どこか「辛い」道のりを突き進んでいくイメージが強い。

次に、旅の類義語として使用される「旅行」とは、個人または集団が主に交通手段を用いて空間を移動することである。観光旅行、修学旅行、視察旅行などと表現されるように、ある目的のための旅と言えわかりやすい。そもそも旅には、苦労を伴う移動という意味合いがあるが、旅行には明確な目的(遊び、学習、仕事など)を持った、そして、交通手段を使った近代的な移動と言える。

「花火を見に旅行に行く」と使えば、どこか楽しさを求めて旅行する、いわゆる観光旅行のイメージがわくが、これを旅に置き換えてみると、「花火を見に旅に出る」と聞くと、「日本の伝統文化である花火の歴史や技術などを探求する旅」と聞こえてきそうである。

言語は、その時代を反映する文化でもあり、流行り言葉のように日々新たな言葉が誕生しては消える、という現象を繰り返している。旅や旅行に関する言葉も例外ではなく、様々な表現が使われているが、言葉の意味そのものは昔も今も変わっていない。

観光と旅行は、一般的に類義語として使われ、例えば「観光に行く」と「旅行に行く」は、日常会話の中では、特段の区別なく同じ意味合いの言葉として使用され

10) 神崎宣武・山本志乃『旅と観光の年表』河出書房新社、2011年、5頁。

11) 香川眞『観光学大事典』株式会社木楽舎、2007年、18頁。

12) 昔の旅行は、頼りにする知人もなく、土地の事情にも暗かったから、とかく心配や苦労がつきものであったことをいう。

13) 「旅は憂いもの辛いもの」というように昔の旅は苦労が多かった。そこで、ほんとうに子供に愛情をもち、その子のことを思うならば、甘やかさないで世の中のつらいことや苦しいことを経験させるのがよい、というたとえである。

ているが、「旅行」とは旅に行くことであり、「観光」には旅に行くことと、旅人を迎えることの両方の意味がある¹⁴⁾。

3. 「ツーリズム」の定義

「観光」や「旅行」の英語表記には、trip (トリップ)、travel (トラベル)、journey (ジャーニー)、tour (ツアー) などが挙げられる。「trip」は短い期間の旅行、「travel」は一般的な旅行や、趣味としての旅行を表現するときに使われている。「journey」はtravelよりも長い期間の旅行で用いているが、日本語の「旅」と同様に比喩的な表現で使用されることもある。「tour」は出発して複数の場所を周遊して戻ってくるという意味があり、日本語の観光旅行に最も近いと言える。また、「tourism (ツーリズム)」は、観光旅行や観光事業の意味を持つが、日本においては、マストツーリズム、エコツーリズムのように用いられており、観光や旅行を表す言葉よりもさらに進んだ目的型観光という意味合いを持った言葉として使われている。また、「tourism」は、国際連合世界観光機関 (UNWTO) において、『継続して1年を超えない範囲でレジャーやビジネスあるいはその他の目的で、日常生活圏の外に旅行したり、また滞在したりする人々の活動を指し、訪問地で報酬を得る活動を行うことと関連しない諸活動』と定義されている¹⁵⁾。

この「tourism」について、佐竹真一氏 (2010) は、『tourismを日本語にて用いる際には、ツーリズムとカタカナ表記をもって対応させ、語源的な発生状況や国際的な合意に基づく意味において、用いるべきである』と指摘している¹⁶⁾。観光学の研究において、どの程度反映されているのは定かではないが、近年、観光のスタイルを「○○ツーリズム」という表現が用いられることが多い。本論文においても、観光と類義語として扱うことから「ツーリズム」と表記する。

14) 島川崇『新しい時代の観光学概論—持続可能な観光振興を目指して—』株式会社ミネルヴァ書房、2020年、19頁。

15) 佐竹真一「ツーリズムと観光の定義—その語源的考察、および、初期の使用例から得られる教訓—」『大阪観光大学紀要』第10巻、大阪観光大学、2010年、91-97頁。

16) 同上書、92頁。

表1 「旅行・観光」を意味する英語

	意味・ニュアンス
Trip	短期間の旅行、1か所の目的地に行って戻ってくる旅
Travel	一般的な旅行、趣味として表現（例：趣味は旅行です）
Journey	長い旅行、「旅」というプロセスを表現（例：人生とは旅である）
Tour	何か所かの目的地をまわり、一巡して出発地に戻ってくる旅行
Tourism	観光旅行、観光事業、旅行業
Sightseeing	観光、遊覧、見物

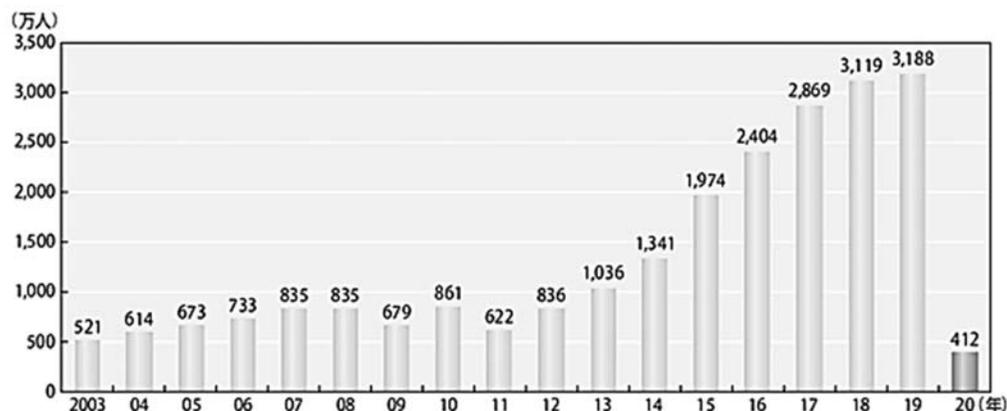
（資料）インターネットサイト「weblio国語辞典」¹⁷⁾を参考に筆者作成。

第2節 観光の現状

100年に一度のパンデミックとなった新型コロナウイルス感染症の影響で、観光や旅行といった移動を伴う余暇活動が激減している。観光は、移動によって成立する行動であり、行動そのものが感染リスクにつながる恐れがあることが、その要因である。ここでは、新型コロナウイルス感染症が流行する前までの観光に関連するデータをもとに、日本観光の現状を概観する。

国の関係機関が発表する観光統計データによると、訪日外国人旅行者数は、2012年から伸び始め、2013年には1,000万人を超え、2018年には3,000万人を超えている

図1 年別訪日外国人観光客数の推移

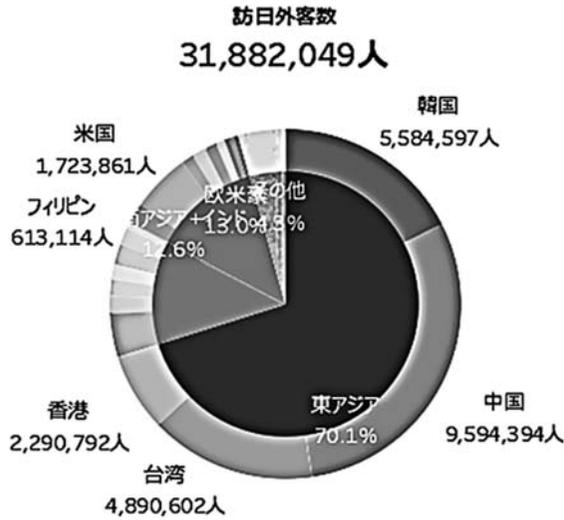


資料：日本政府観光局資料に基づき観測者作成

（出所）国土交通省、<https://www.mlit.go.jp/index.html>、2021年12月1日。

17) weblio 国語辞典、<https://www.weblio.jp/>、2021年11月14日。

図2 2019年訪日外国人地域別の内訳

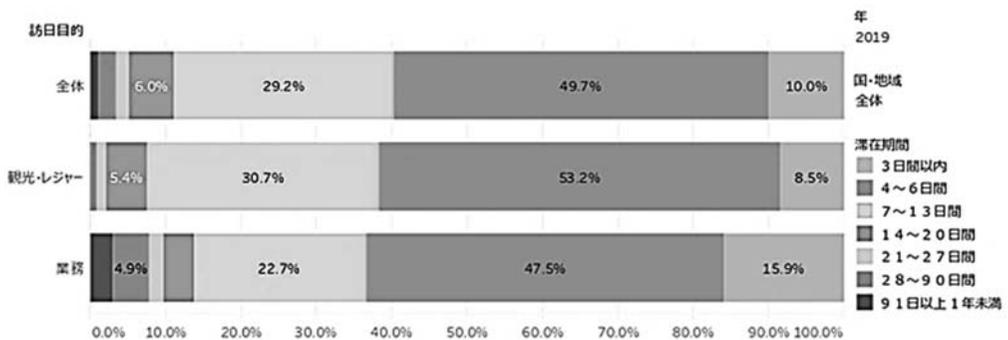


(出所) 日本政府観光局、<https://www.jnto.go.jp/jpn/>、2021年12月1日。

(図1参照)。2003年からの国を挙げての「ビジット・ジャパン・キャンペーン」によるところが大きい。訪日外国人の割合は、中国、韓国、台湾、香港の東アジア圏からの来客が70.1%で、次いで欧米からの13%、東南アジア・インドの12.6%となっている。特に、中国からの訪日旅行者は、2015年に大きく伸び、韓国・台湾を抜いてトップとなっている(図2参照)。

外国人の訪日回数をみると、「初めて」が38.1%となっているが、「2回以上」の訪日も多く、外国人リピーターも一定数いることがわかる(図3参照)。訪日時の

図3 2019年訪日回数別の内訳

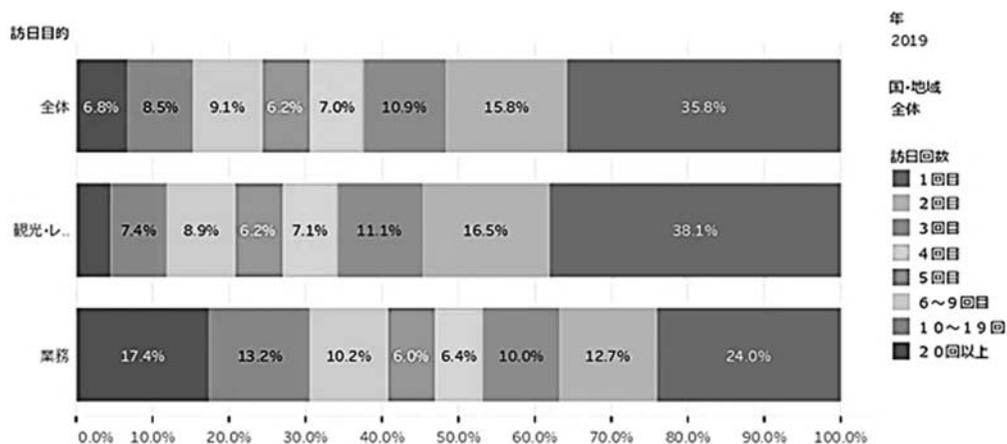


(出所) 日本政府観光局、<https://www.jnto.go.jp/jpn/>、2021年12月1日。

平均滞在期間は、4～6日間で53.2%と最も多く、7日間以上滞在している人もいる（図4参照）。

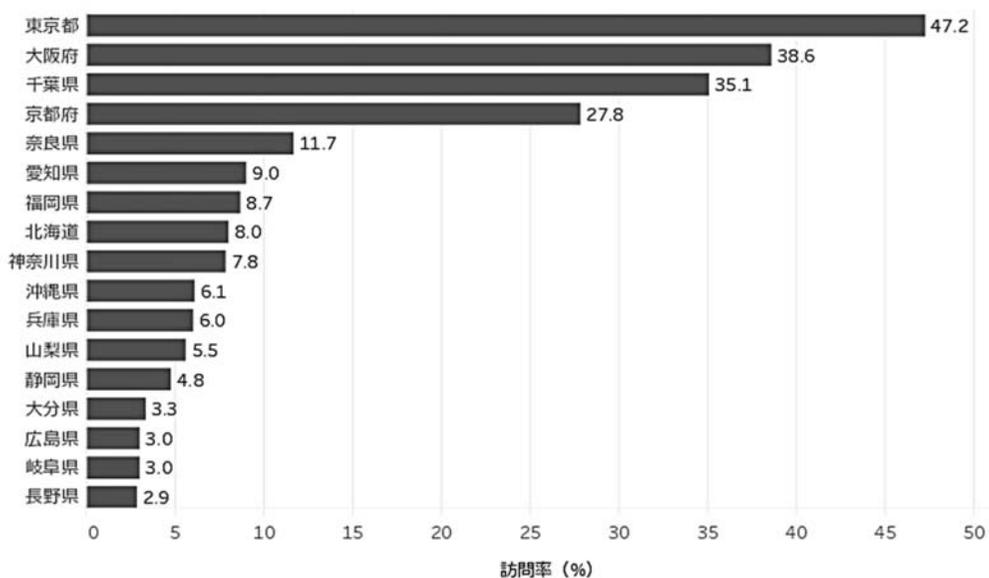
日本を訪れる旅行者が、日本国内のどこを訪れているのかみると、85.8%が東京・大阪を目的地としている（図5参照）。初めて日本を訪れる外国人が、日本を代表

図4 2019年訪日外国人滞在期間別の内訳



（出所）日本政府観光局、<https://www.jnto.go.jp/jpn/>、2021年12月1日。

図5 2019年訪日都道府県別訪問率

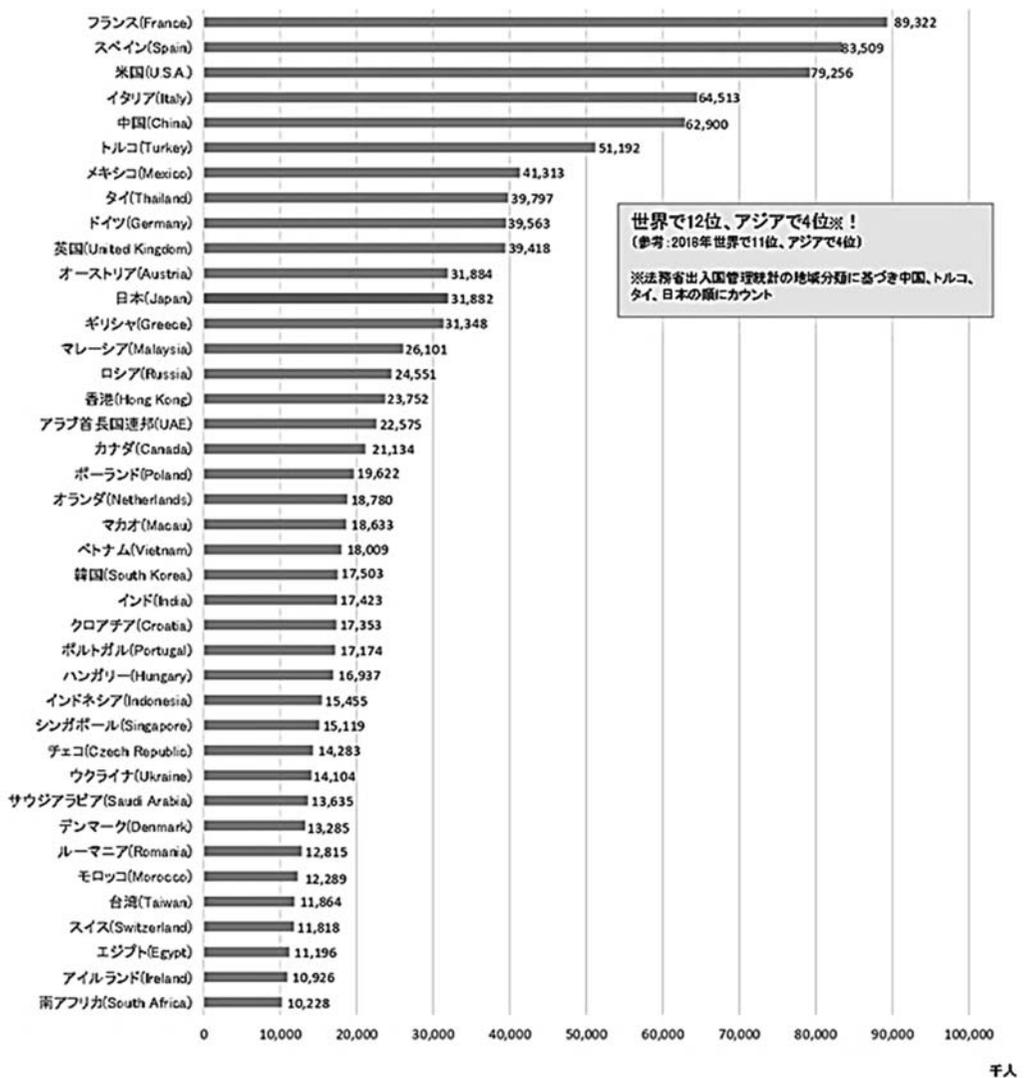


（出所）日本政府観光局、<https://www.jnto.go.jp/jpn/>、2021年12月1日。

する都市である東京と大阪に集中することは仕方がないことかもしれないが、2回目以降の訪日旅行者をいかに次なる目的地へ誘引できるかが、インバウンド観光の課題でもある。

日本では、2018年に3,000万人を超えた訪日外国人旅行者であるが、世界で最も多く外国人旅行者が訪れるフランスでは8,932万人もの外国人が訪れている。日本は世界で12番目、アジアで4番目となっている(図6参照)。国においては、2016

図6 2019年各国・地域別外国人訪問者数



(出所) 日本政府観光局、<https://www.jnto.go.jp/jpn/>、2021年12月1日。

年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」¹⁸⁾において、訪日外国人旅行者数を2020年までに4,000万人、2030年には6,000万人という目標を掲げている。また、「観光は、まさに地方創生の切り札、GDP600兆円達成への成長戦略の柱。国を挙げて、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」という新たな挑戦に踏み切る覚悟が必要である」¹⁹⁾としている。2019年からの新型コロナウイルス感染症の影響で2020年の目標は達成できなかったが、国の観光政策においては、観光産業の成長の可能性とポストコロナを見据えたインバウンド戦略に対する迷いはないようだ。

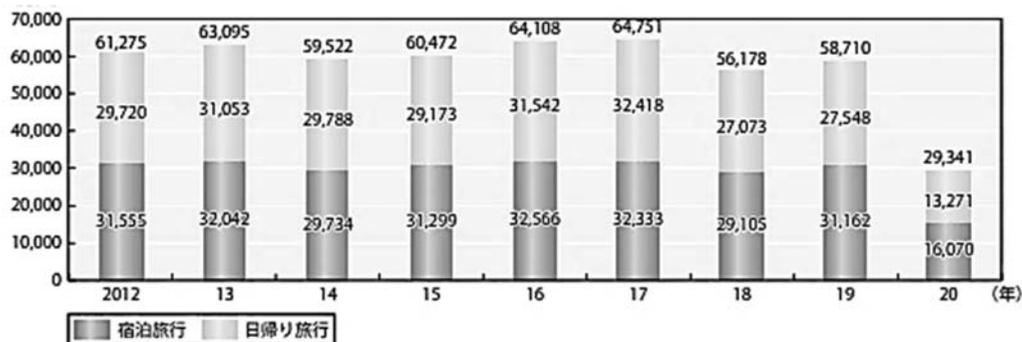
一方、国内旅行に目を向けると、2019年に日本人で国内旅行に行った人数は延べ5億8,710万人、そのうち宿泊旅行は延べ3億1,162万人、日帰り旅行は延べ2億7,548万人となっている（図7参照）。

また、2019年の日本国内における旅行消費額は全体で29.2兆円である。その内訳は、日本人国内旅行が17.5兆円（60.0%）、訪日外国人旅行が5.4兆円（18.4%）、日本人国内日帰り旅行が4.8兆円（16.4%）、日本人海外旅行が1.5兆円（5.2%）となっている（図8参照）。

日本からの出国日本人数は、統計データのある1973年は200万人だったが、1986年には500万人へと推移し、1990年に1,000万人を超えている。1994～1995年に1,500万人へと増加すると、その後は1,900万人の間で増減を繰り返している。そして、

図7 日本人国内延べ旅行者数の推移

(単位：万人)

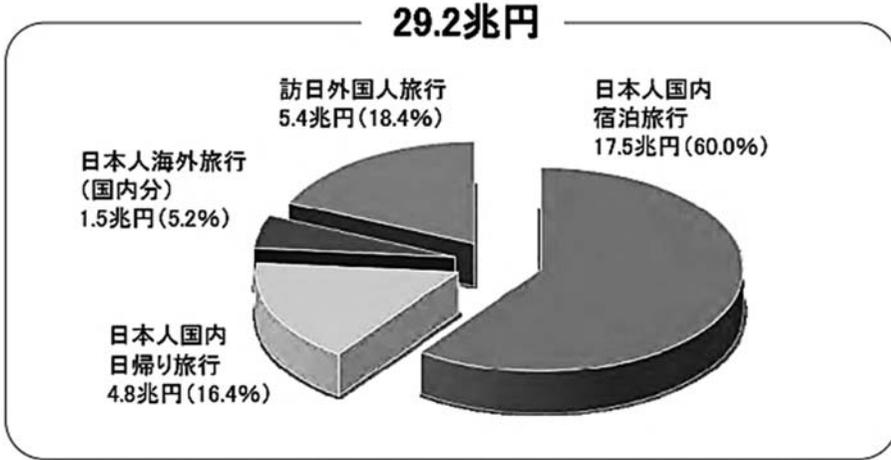


(出所) 観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankochou/>、2021年10月24日。

18) 『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、平成28年3月30日、『明日の日本を支える観光ビジョン構想会議』（議長：内閣総理大臣）において、新たな観光ビジョンを策定。政府一丸、官民一体となって『世界が訪れたい日本』を目指す。

19) 観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankochou/>、2021年11月14日。

図 8 2019年日本国内における旅行消費額



(出所) 観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/>、2021年11月9日。

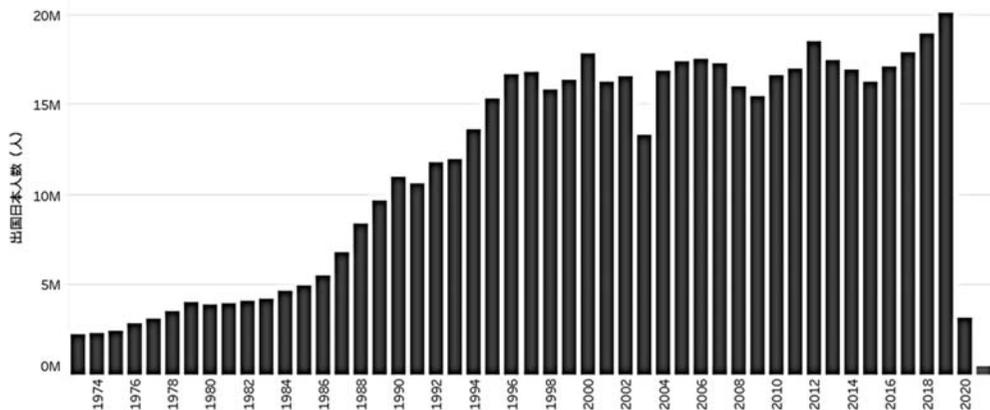
ようやく2019年に2,000万人を越すまでに至っている (図9参照)。

内閣府が行った「国民生活に関する世論調査」(令和3年9月調査)によると、自由時間が増えた場合にしたいこととして、「旅行」を挙げた人の割合が64.4%と最も高い。

また、「社会意識に関する世論調査」(令和2年1月調査)によると、日本の国や国民について、誇りに思うこととして「治安のよさ」を挙げた割合が56.4%と最も高く、次いで「美しい自然」が52.3%、以下「長い歴史と伝統」(48.9%)、「優れ

図 9 出国日本人数の推移

年別出国日本人数の推移

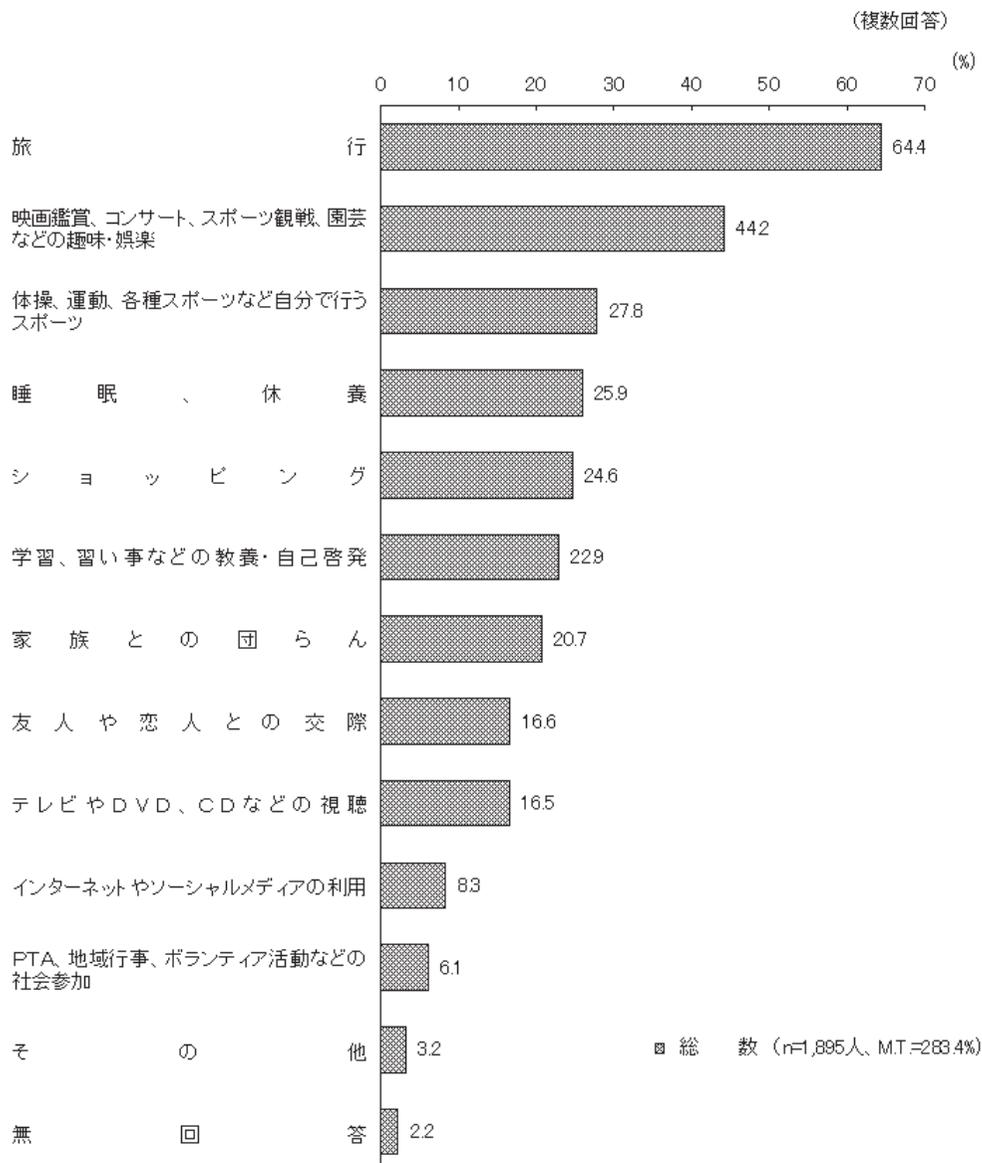


(出所) 観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/>、2021年11月9日。

た文化や芸術」(47.6%)の順となっている。観光とは、「国の光を観ること」との語源からも、国の誇りは、すなわち日本における観光の魅力そのものであることを象徴している結果と言える(図10参照)。

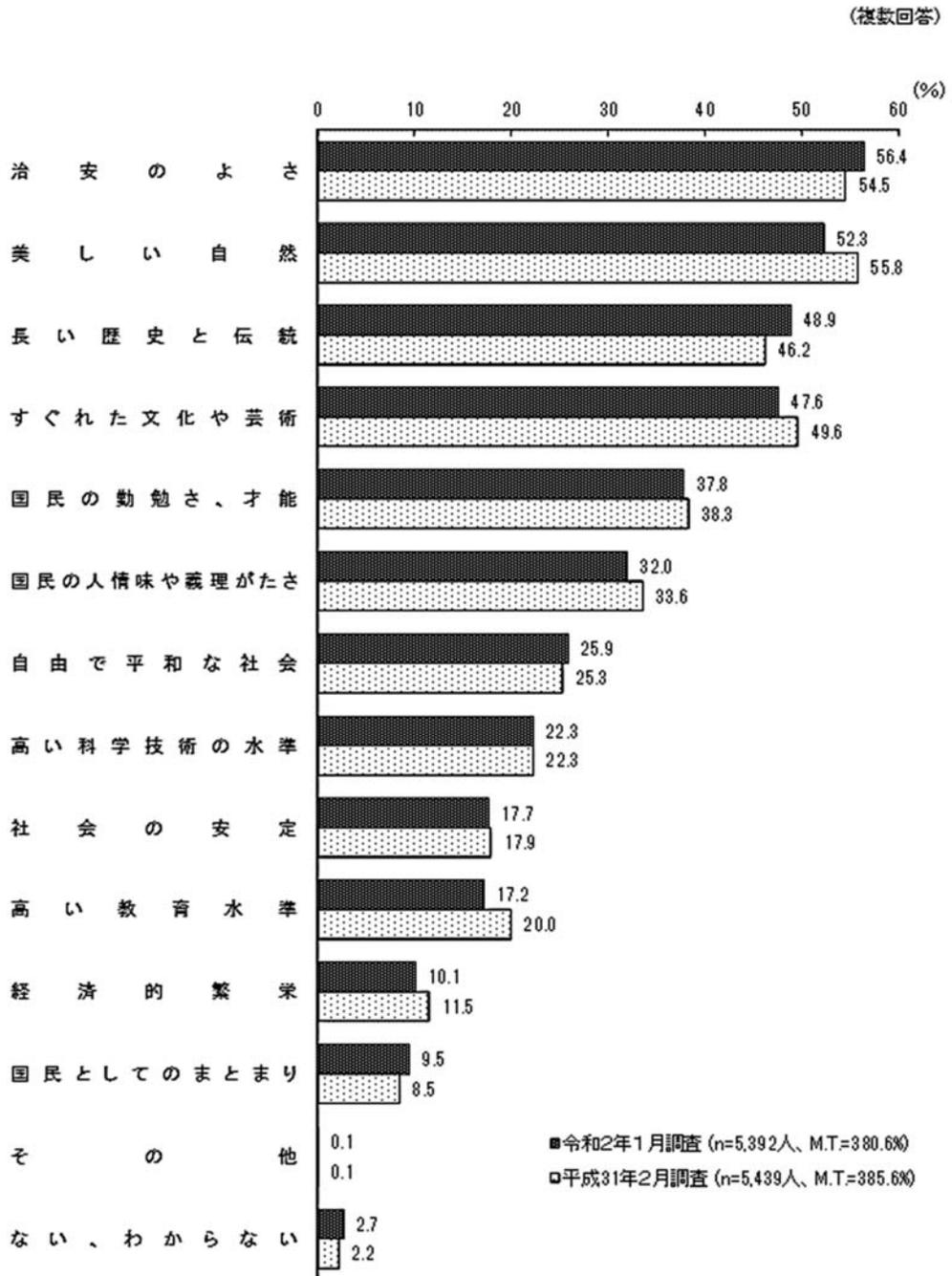
観光は、国民の余暇を支えるレジャー産業の一角を担っており、日本経済の成長に多大な影響を及ぼす基幹産業である。とりわけ、訪日外国人の誘客には国を挙げ

図10 「国民生活に関する世論調査」自由時間が増えた場合にしたいこと



(出所) 内閣府「国民生活に関する世論調査」、<https://www.cao.go.jp/>、2021年11月7日。

図11 「社会意識に関する世論調査」日本の誇りについて



(出所) 内閣府「社会意識に関する世論調査」、<https://www.cao.go.jp/>、2021年11月7日。

て力を注いでいる。レジャー白書2021の「余暇活動の参加人口」をみると、2019年までは、多くの日本人にとって「観光旅行」が、余暇活動を代表するものであることがわかる（表2参照）。

これまで観光の現状を定量的な視点でみてきたが、観光には、人間の身体や心を与える癒しや安らぎなど、明確な数値では表すことのできない効果も秘められている。観光という概念には、経済的な効果、余暇活動、地域の文化、地域のまちづくり、人の心や身体のリフレッシュ効果、人の欲求やモチベーションなど、幅広い要素が考えられるが、とりわけ観光が人間の心にもたらす効用を見過ごすことはできない。

表2 レジャー白書2021「余暇活動の参加人口」上位20位（2019年～2020年）」

2019年			2020年		
順位	余暇活動種目	万人	順位	余暇活動種目	万人
1	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	5,400	1	動画鑑賞(レンタル、配信を含む)	3,900
2	外食(日常的なものは除く)	4,350	2	読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)	3,650
3	読書(仕事、勉強などを除く娯楽としての)	4,110	3	音楽鑑賞(配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	3,410
4	ドライブ	3,960	4	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	3,390
5	映画(テレビは除く)	3,740	5	ドライブ	3,340
6	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	3,550	6	外食(日常的なものは除く)	3,330
7	音楽鑑賞(配信、CD、レコード、テープ、FMなど)	3,540	7	ウォーキング	3,290
8	動画鑑賞(レンタル、配信を含む)	3,510	8	映画(テレビは除く)	2,750
9	動物園、植物園、水族館、博物館	3,330	9	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,580
10	ウォーキング	3,220	10	複合ショッピングセンター、アウトレットモール	2,530
11	カラオケ	2,980	11	園芸、庭いじり	2,410
12	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	2,940	12	体操(器具を使わないもの)	2,330
13	ウインドウショッピング(見て歩きなど娯楽としての)	2,920	13	宝くじ	2,240
14	宝くじ	2,640	14	ジョギング、マラソン	2,220
15	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	2,580	15	ウインドウショッピング(見て歩きなど娯楽としての)	2,140
16	園芸、庭いじり	2,500	16	テレビゲーム(家庭での)	2,070
17	音楽会、コンサートなど	2,260	17	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等)	1,910
18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	2,190	18	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	1,860
19	体操(器具を使わないもの)	2,150	19	動物園、植物園、水族館、博物館	1,790
20	テレビゲーム(家庭での)	2,070	20	トレーニング	1,750
			20	カラオケ	1,750

(注1) 2020年の順位・参加人口の欄が灰色は、それぞれ前年に比べ順位の上昇、参加人口の増加があったことを示す。

(出所) 公益財団法人日本生産性本部、<https://www.jpc-net.jp/>、令和3年11月24日。

第3章 観光を取り巻く歴史

第1節 「観光」の歴史

1. 旅から観光へ

旅と観光の歴史を振り返ることは、一つは、現在の世の中が積み上げられた歴史の上に存在しているということから、旅と観光が人類の歴史の中でどのような意味を持ち、社会と関わりを持ってきたのかを知ることである。もうひとつには、現代のように誰もが観光できる時代における旅と観光の存在価値はなにか、また、今後とも観光が「楽しみを目的とする」ものとして発展していくためには、どうしていくべきなのか、そのヒントとなる手がかりを得るためである。

旅と観光は、非日常の行動として捉えられるが、そもそも旅は、日常の生活のための行動であった。そして、「旅は憂いもの辛いもの」、「可愛い子には旅をさせよ」などのことわざが示すように、旅のはじまりは、決して楽しいものではなかった。

日本では、旅と旅行は類義語として使われることが多い。言葉としては、旅という表現が古くから使われている。われわれ日本人にとっても旅行というと、「どこかへ目的をもって移動する」という意味として使用するが、旅の場合、「旅に出る」、「人生の旅」などのように、その行動の「辛さ」や「厳しさ」を表現する意味として使うことの方が多いのかもしれない。旅行と類義語でありながら、旅には、「楽しさ」とは相反する意味を込めて使われることもある。

現代における旅は、空路、陸路、海路ともに交通機関の発展によって、安全・安心に移動することができる。しかしながら、まだ交通機関や道路が整備されていない時代は、自分の足で歩いて移動することが旅のスタイルであった。現在のような外灯や道を歩くための靴もなかった。現代に生きる者にとっては、昔の旅人の姿を想像するだけでも当時の旅の厳しさを理解できよう。

旅には自分の欲求に基づくものと、必要に迫られて行うものがある。自らの欲求に基づく旅は観光旅行である。また、必要に迫られる旅は労働や強制的な移住や戦地への派遣などが考えられる。

歴史上、旅のはじまりは必要に迫られた、あるいは強制的な移動であった。日本においては、律令国家体制となった大和朝廷によって駅伝制が成立し、中央政府と大宰府や国府を結ぶ交通路が整備されたことから始まる。五畿七道と名付けられた主要道には「駅」が置かれ、休憩や宿泊のための「駅家（うまや）」が設置された。このときの旅は、官吏に対しては公務の旅、一般庶民に対しては納税や徴兵のための旅、つまり国家から強制される旅として誕生したものである。公務のための

官吏は、駅家に泊まることができたが、一般庶民は泊まるができなかったため行き倒れになることもあった。そうした旅人を保護するために、僧侶が慈善事業の一環でつくったのが「布施屋（ふせや）」や「悲田院（ひでんいん）」である。これが日本における宿泊施設の原型と言われている²⁰⁾。

平安時代になると、皇族や貴族らによる楽しみのための自発的な旅として、寺社参詣や温泉湯治などの旅が始まった。鎌倉時代に入ると庶民にも広がり、いわゆる観光旅行が大衆化していくことになる。

そもそも日本においては、国家成立のはるか以前から対馬海峡を經由して大陸との間に往来の歴史があり、日本に文字のなかった時代に、すでに中国の歴史書に「倭国」が登場している。大和朝廷が成立してからは、日本から中国に遣隋使、遣唐使が派遣されている²¹⁾。

日本の戦国時代はヨーロッパの大航海時代にあたり、ポルトガルとスペインが東南アジアに進出してきたことで西欧との接触が始まっている。日本には1549年に宣教師フランシスコ・ザビエルが鹿児島に来訪したのが始まりである。次いで、オランダとイギリスが加わり、日本との間で南蛮貿易が始まった。その後、第3代将軍徳川家光の時代となると、1635年に改定した武家諸法度で、初めて参勤交代の制度を定めた。また、1639年にはポルトガル船の日本渡航を禁止して鎖国を完成させている。鎖国は、いわゆる国際交流を否定する国際観光史の暗黒時代と言われる²²⁾。この時期、外国人の日本旅行といえば出島のオランダ商館長一行の旅と、朝鮮通信使、琉球使節の江戸参府くらいで、一般庶民の国外への往来は完全に禁止されていた。

一方、参勤交代制度によって日本中の大名が国元と江戸を往復しはじめると、道路や宿などが整備された。

参勤交代は、世界でも珍しい日本の統治制度の形式である。その大名行列は、今で言う「団体旅行」のようだが、当時の大名一行にとっては「旅行」などと言う感覚はなかったであろう。参勤交代は、多いところでは一行四百数十名、少ないところで数十名での移動であった。加賀藩や薩摩藩などは、1000名を超える行列を課せられたところもある。外様大名は4月、譜代大名は6月がそれぞれ入れ替えの時期であった²³⁾。

20) 香川眞『観光学大事典』株式会社木楽舎、2007年、63頁。

21) 白坂蕃他4名『観光の事典』株式会社朝倉書店、2019年、14頁。

22) 白坂蕃他4名『観光の事典』株式会社朝倉書店、2019年、14頁。

23) 神崎宣武・山本志乃『旅と観光の年表』河出書房新社、2011年、33頁。

この参勤交代制度によって、旅に必要な環境が整備されていくことになる。街道として道が整備され、その途中には休憩や寝泊りできる宿舎ができた。当時、大名たちが一日に移動する距離はおよそ40キロ、フルマラソンのランナーが走る距離を歩いて移動したことになる。この旅は、自らが望んだものではなく、幕府から強制された旅であった。

一般庶民の旅のはじまりは、熊野や伊勢への巡礼の旅である。もともとは、一部の皇族や貴族だけが観光的な旅を行っていたが、戦がない世の中になるにつれて庶民にとっても観光的要素のある旅が普及しはじめた。旅行をするためには、交通費をはじめ宿泊費や食事代などのまとまったお金が必要である。そうした金銭的なサポートをした組織が、「講」という仕組みである。講は、町の有志で結成された組織であり、みんなで定期的に旅費の積み立てを行い、その積立金を活用して町の誰かが順番に旅に行くという仕組みである。また、熊野や伊勢などの巡礼の旅には、祈祷や宿泊などの手配をしてくれる「御師（おし）、伊勢では「おんし」と呼ばれる、現在の旅行代理店と観光案内所が一体となった役割を果たす仕組みも存在していた。

伊勢参りをはじめ、各地の寺社参詣の旅に出る際に、親戚などから饞別をもらうようになると、そのお礼に各地の土産物を買う風習ができるようになった。

観光は、「平和」な世の中だからこそできる人間特有の行動である。これまでの歴史の中で先人が体験してきたことは、現代、未来を生きる人間にとっても、貴重な経験値として活かすことができよう。「歴史は繰り返される」と言われるように、歴史から学ぶ意義は大きい。

2. 疫病と自然災害の歴史

楽しいはずの旅行が瞬時に阻まれる事態に遭遇することがある。感染症の流行、地震や津波など自然災害の発生、戦争やテロ、交通機関の重大事故などである。2021年の現代社会においても、感染症や自然災害が社会に与える影響の大きさを経験することになったが、こうした社会現象は現代社会だけの問題ではなく、歴史上においても幾度となく繰り返されてきた出来事でもある。

過去の大規模パンデミックとして記録が残っているものが「スペイン風邪」である。現代のインフルエンザである。インフルエンザと人類の関わりは古く、紀元前のギリシャにさかのぼることができる。中世のヨーロッパにもインフルエンザと思われる記録が残されており、その当時、星や寒い夜の影響（influence）による病

気と考えられ、これがインフルエンザの語源と言われている²⁴⁾。日本においても、平安時代以降インフルエンザと思われる流行病の記録が多数残されている。江戸時代には20回以上の大流行の記録があり、長崎に渡来する外国人から流行したとの記録がある。当時、鎖国で限られた交流しかしていなかった時代においても、わずかな人を介して世界的なパンデミックの嵐が日本にも到達したことがわかる²⁵⁾。

スペイン風邪は、1918年から1920年頃まで世界で流行したインフルエンザパンデミックの中では史上最大のものである。当時の世界人口18億～20億人の1/3以上が感染し、数千万人が死亡したと言われている。日本国内でも1918年8月から1921年7月までの間、3回もの流行があり、延べ約2,380万5千人もの人々が感染している²⁶⁾。

1919年1月に当時の内務省衛生局は、「流行性感冒予防心得（はやりかぜよぼうこころえ）」を公開している。そこには「せきやくしゃみをすると目に見えない程微細な泡沫が周りに吹き飛ばされ、それを吸い込むとこの病気にかかるので、病人、せきをする者には近寄らない」、「たくさん人の集まっているところ（芝居、活動写真（映画）、電車など）に立ち入らない」、「せきやくしゃみをするとき、ハンカチ、手ぬぐいなどで鼻、口を覆う」ことが重要であると書かれている。また、「インフルエンザにかかった場合は、すぐ休むこと」、「病人の部屋はなるべく別にし、病室に入るときはマスクを付ける」ことが勧められている。これらは、現代の「せきエチケット」などのように一般的な感染症予防対策と同じ内容である。実は100年前と変わらない方法が、今に受け継がれていることになる。つまり、100年前の人々が、世界的パンデミックとなったスペイン風邪（インフルエンザ）と戦った歴史からも明らかのように、現代における感染症予防対策には、この方法こそがもっとも有効かつ効果的だということが言える²⁷⁾。

現在の観光政策の目玉は、海外からの外国人観光者の増加を狙ったものである。2019年には年間3,000万人を超える外国人観光者だが、新型コロナウイルス感染症が収束した暁には、再び多くの訪日外国人観光者が戻って来ることが期待されている。ウイルスは人間が運んでくることが、感染症の歴史の中でも証明されている。世界との交流が増えれば、そうしたリスクも高まることを同時に考えていく必要がある。

24) 内閣官房、<https://www.cas.go.jp/>、2021年11月12日。

25) 内閣官房、<https://www.cas.go.jp/>、2021年11月12日。

26) 内閣官房、<https://www.cas.go.jp/>、2021年11月12日。

27) 内閣官房、<https://www.cas.go.jp/>、2021年11月12日。

また、日本は世界の中でも自然災害の多い国と言われている。一般財団法人国土技術研究センターによると、全世界で起こったマグニチュード6以上の地震の20.5%が日本で起こり、全世界の活火山の7.0%が日本にある。また、全世界で災害で死亡する人の0.3%が日本、全世界の災害で受けた被害金額の11.9%が日本の被害金額となっている²⁸⁾。

ひとたび自然災害が発生すると、多くの尊い人命が失われ、人々が築いた文明や文化が崩壊する。命からがら避難できたとしても、家族や住む家を失うなどこれまでの日常（生活）が一気に奪われてしまうことになる。

近年では、1995年の阪神・淡路大震災において、死者・行方不明者が昭和20年以降の自然災害の中では最大の6,437人。そして、2011年の東日本大震災では、阪神・淡路大震災の3倍以上の2万人を超える死者・行方不明者が出ている。

自然災害については、台風や大雨などある程度予測可能なものもあれば、地震や津波などの現実的には正確な予測が困難なものもある。特に、近年ではゲリラ豪雨や線状降水帯²⁹⁾など新たな気象用語や、マスメディアにおいても「過去最大の雨量」や「50年に一度の大雨」などの表現を耳にすることが多い。地球規模での環境破壊がその要因であると言われているが、一方で、こうした自然災害に対する防災技術も向上している。特に、多くの人が所有しているスマートフォンでは、容易に気象予報を入手できる。特に、観測技術の進歩によってどの程度のものか、予想される規模と同時に、被害の予測まで情報として入手できるようになっている。このような技術や機器を最大限活用して、少なくとも自分自身の命を守る行動をおこすことは可能であろう。

そのような中、今後数十年のうちに発生するであろうと予測されているのが、「南海トラフ大地震」である。古文書などの記録によると、歴史上これまで約10回の南海トラフ地震が発生している。最も近いところでは、1944年（昭和東南海地震）と1946年（昭和南海地震）である³⁰⁾。地震発生メカニズムから、地震は繰り返し発生することが解明されている。しかしながら、いつ、どこで、どの程度の規模で発生するのかは、現代においても予測の域を出ないのが現状である。

これまでの歴史の中でも、日本では多くの地震が発生している。江戸時代に発生した宝永地震（1707年）は、日本最大級の地震とされている。記録によれば、宝永地震と地震によって引き起こされた津波によって、倒壊家屋29,000余戸、死者4,900

28) 一般財団法人国土技術研究センター <https://www.jice.or.jp/>、2021年11月14日。

29) 積乱雲が線状に発生し、ほぼ同じ場所を通過、停滞する自然現象。

30) 磯田道史『天災から日本史を読みなおす』中公新書、2014年、78-79頁。

人余と推定されているが、一説には20,000人を超えたとも言われている。また、この地震では、地震後49日目に富士山で大噴火が起こっている。日本人であれば、この当時の現象がどれだけ身の毛もよだつ自然災害であったかは想像に難くない³¹⁾。

時代が移り変わり、自然災害が発生するメカニズムが解明されてくると、不確実性は拭えないが、発生時期や規模を概ね予測することができるようになった。そして、そうした技術の進歩によって、最も大切な人命を守るための防災対策を講じることができるようになった。その中には、津波対策として海岸に設置する防波堤のように相当な時間と費用を要するものもあるが、必要最小限の防災グッズの準備は、比較的容易にできる防災対策である。そして、なによりも重要なのが、災害に備える「心構え」である。今すぐ誰もがができる防災対策でもある。例えば、津波警報が発令されれば、高い場所へ避難するといったことである。東日本大震災の時も、この基本的な防災対策を実践したことで、岩手県大船渡小学校の全校児童268人と教職員の命が守られている³²⁾。そうした被災者の方々からの「自分の命は自分で守る」というメッセージが、災害リスクを最小限にするための教訓と言える。

感染症の流行や自然災害から人命を守り、一日でも早い復興を遂げるためには、過去における先人の知恵と教訓を活かさない手はない。そして、その知恵と教訓は、今の時代に引き継がれたものばかりであり、誰もが日常的に実践できるものが多い。感染症対策では、手洗いやうがい、マスクの着用、混雑の回避などがそうである。自然災害では、災害に対する事前の備えとして、避難場所の確認、避難時の持ち物、そして、迅速な避難行動のための心の準備である。

今後、大規模災害が予測される中、たとえ観光旅行中であっても、いつ、どこで自然災害や事件・事故に出会うかはわからない。必要以上に怯えることなく、日頃より観光者だけではなく、観光者を受け入れる地域住民側も含めて、非常事態に備えるリスク管理が重要である。

第2節 観光政策の歴史

「観光政策」とは、観光を促進することで観光に関連する産業や社会がより良い方向へと導くための国や地方自治体等が行う施策などをいう。厳密には、国と地方自治体では実施する施策が異なるが、これまでの政策を振り返ることに主眼を置いているため国の政策を中心に概観する。

近代における観光政策は、①明治から第二次世界大戦まで、②戦後から昭和45年

31) 防災システム研究所、<https://www.bo-sai.co.jp/index.html>、2021年11月14日

32) 磯田道史『天災から日本史を読みなおす』中公新書、2014年、196-204頁。

まで、③20世紀末まで、④今世紀の4つに区分できる³³⁾。

「明治から第二次世界大戦まで」は、外国人の訪日促進による外貨の獲得に重点が置かれている。この期間には、日本で初めて国際観光事業として設立された喜賓会³⁴⁾、日本初の旅行事業者であるジャパン・ツーリスト・ビューロー³⁵⁾の設立、観光事業を所掌する中央機関である鉄道省国際観光局、鉄道やホテルなど観光事業者による財団法人国際観光協会の設立など、国を挙げて外国人を歓迎する公的機関や旅行斡旋団体などが設立されている。また、外国人専用として建設された築地ホテルや、帝国ホテルなど訪日外国人を「もてなす」ためのホテルが相次いで開業している。

「戦後から昭和45年まで」は、引き続き訪日外国人の誘致に重点が置かれる中、国際観光ホテル整備法、国際観光事業助成法、旅館業法、旅行斡旋業法、航空法など観光関連法制が制定されている。また、第1回目の東京オリンピック開催を契機に、ホテル、新幹線、高速道路などの観光促進のためのインフラ整備が進んでいる。そして、訪日外国人政策と同時に、日本人の海外渡航の自由化もはじまった。

「20世紀まで」の期間は、日本人の海外旅行の促進と、国内においては、観光開発に重点が置かれている。1963年に制定された観光基本法では、外国人観光客の来訪の促進および接遇の向上、国際観光地および国際観光ルートの総合的形成、観光資源の保護、旅行の安全の確保および旅行者の利便増進、家族旅行など健全な国民大衆の旅行の容易化、一つの観光地への過度な集中の緩和、開発されていない地域の観光開発、観光資源の保護、育成および開発、観光地における美観風致の維持が盛り込まれた。

2007年、観光立国推進基本法（図12参照）が施行され、2008年、観光庁が設置されたことで、国内観光と国際観光、インバウンドとアウトバウンドの需要喚起施策にも変化が訪れている。

戦後、日本では、外貨獲得を目的とした外客誘致のための観光施策が主であった。1964年の東京オリンピックの開催で、新幹線の開通や高速道路などのインフラ整備、日本人の海外旅行が自由化されたのを契機に、昭和における旅行の大衆化が進んだ。

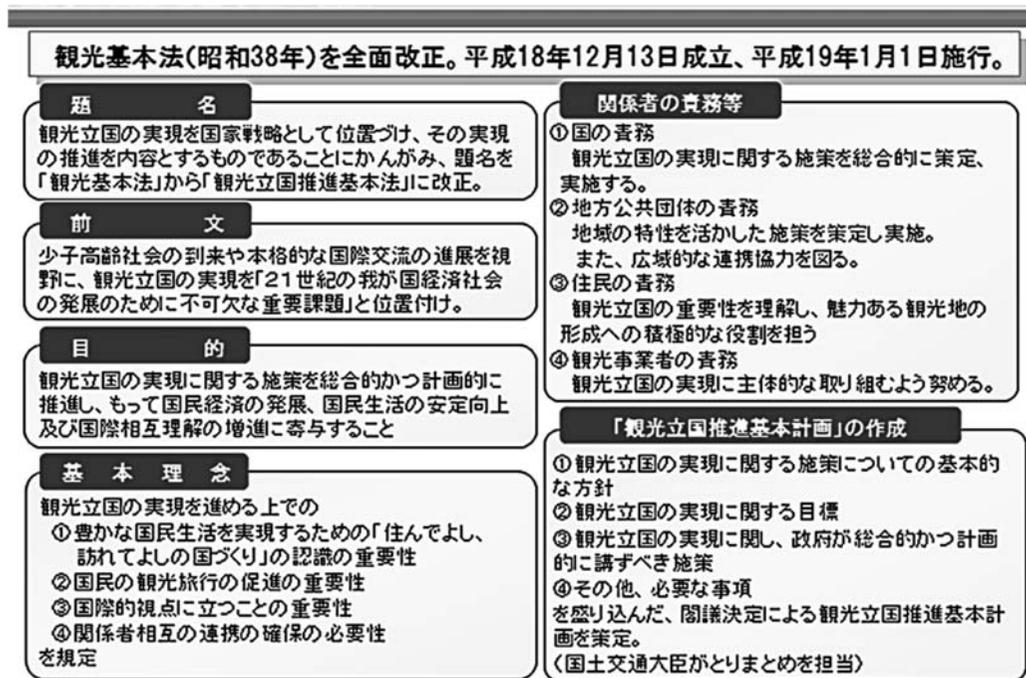
国内においては、リゾート法（総合保養地域整備法）を制定。余暇活動の増進が主体となった。また、海外旅行においては、1985年のプラザ合意を機に、海外旅行

33) 香川眞『観光学大事典』株式会社木楽舎、2007年、125頁。

34) 1893年に、財界の有力者によって設立。会長は蜂須賀茂韶、幹事長は渋沢栄一。

35) 1912年に、日本発の旅行者として発足。日本交通公社の前身。

図12 観光立国推進基本法の概要



(出所) 観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankochou/>、2021年11月7日。

倍増計画として海外旅行促進キャンペーンなどを実施している。このキャンペーンでは、552万人（1986年）だった日本人海外旅行者を、5年以内に1,000万人へ増加させることを目標とした。その結果、1990年に1,099万人を達成し、以降1997年頃まで海外旅行ブームが続くこととなる。

バブル経済崩壊後は、海外旅行の廉価傾向が強まり、マスツーリズムの象徴だった団体旅行から個人・小人数での旅行への移行が進み、インターネットなどの情報通信機器の発達によって、個人がパソコンなどを使って自宅から旅行の予約ができるといった変化も生じている。

観光立国推進基本法に基づく観光立国推進基本計画では、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、観光産業の国際競争力の強化、観光振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興、観光旅行の促進のための環境整備に必要な施策を講じることを基本的施策としてうたっている。

国の機関である観光庁が主導的役割を果たす主な施策は、①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり（観光地域のブランド化、地域間の広域連携など）、②オールジャパンによる訪日プロモーションの実施、③国際会議などMICE分野の

国際競争力強化、④休暇改革の推進の4項目である。

また、観光政策は、観光庁だけで完結するものではなく、他の省庁とも連携を図りながら展開しているものが多い。文化や教育、国立公園をはじめとする自然環境、仕事と生活調和のための労働時間等の改善など幅広い分野に関連している。

国の政策であるビジット・ジャパン事業が開始され、10周年の節目の年に作成された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」では、世界の人たちを惹きつける観光立国の実現のために、①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進、③外国人旅行者の受入の改善、④国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進を図ることが重要とされている。その後、2016年には、「観光ビジョン実現プログラム2016」と名称が変更され、2019年まで主に訪日外国人をターゲットにした施策が中心となっている。

第4章 現代における観光の意義

第1節 現代の観光課題

1. 観光の主体

観光の課題を考える場合、どの主体の課題なのかを分別する必要がある。大別すると、①観光者、②観光者を受け入れる地域、③観光者と地域をつなげる観光事業者。②と③は、観光を演出する主体でもあり、観光旅行を企画する旅行会社や宿泊施設、地域の観光協会などの団体から地域住民に至る多くのステイクホルダーと言える。

観光者にとって、課題と感じる視点は個々人で違うであろう。受け入れる地域も、観光者目線で考える課題、地域の課題、観光政策を進める行政レベルでの課題など、大小様々な課題が存在する。例えば、「地域としては、一人でも多く観光に来てもらいたいと思っている。」と聞いたとき、その「地域」の誰が観光者を心待ちにしているのか、曖昧である。「地域」とは行政なのか、観光協会なのか、宿泊施設や観光施設なのか、それとも地元住民なのか。しかし、こうした疑問を投げかけたときに返ってくる言葉が、「観光誘致は、地域を挙げて歓迎するものだから、地域全体の創意である」という心地のよいものである。果たして、どの主体が多くの観光者の来訪を心待ちにしているのだろうか。

「地域の光を観せる（観てもらおう）」側の地域は、本当に地域の創意で観光者の皆さんを受け入れているのだろうか。観光者を受け入れる側は、地域のステイクホルダーが「観光者を歓迎する」という同じ認識に立つことが必要であることは言う

までもない。いや、そうでなければ、せっかく足を運んでいただいた観光者に対して迷惑なことである。観光者にとって、もっとも失望する原因は、観光する前の期待値よりも低い状態を現地で体験してしまうことである。

「観光をする」場合、「観光したい人」と「観光させたい人」が存在する。そこには「人」と「観光」という要素があり、それらがうまく融合することで観光が成立する。当然のことながら、観光の対象となるモノやコトの魅力は必要であろう。しかしながら、その土地にはモノやコトだけではなく、人が生活している。モノ・コトと地域住民とのコラボレーションこそが、人をひきつけるモノやコトに変換され、魅力的な観光資源となっていくのではないだろうか。

2. 持続可能な観光へ

改めて、人が旅をするプロセスをたどりたい。ここでの旅は、いわゆる旅行を指す。

はじめに、旅は「どこへ行くのか」、「何をするのか」、というように、「行き先」か「目的」を考えることになる。しかしながら、旅の多くは、行き先で「ある行動を楽しみたい、体験したい」、「癒されたい」、「リフレッシュしたい」、「仕事相手に会って仕事を進めたい」など、行き先と目的が一致するように設定されるのが一般的である。

近年、「バズる」という言葉をよく耳にする。「短期間で話題が広がり、多くの人の注目を集め、巷を席捲する」³⁶⁾という意味で使われている。主に、インターネット上におけるソーシャルメディア等を通じた拡散などに用いられる。語源は、英語の「BUZZ」が日本語化したものと言われている。BUZZとは、「噂話などでガヤガヤ騒ぐ」といった意味合いで用いられる動詞である³⁷⁾。観光においても同じような現象が起きており、ある場所であるモノやコトが「バズる」と、それを真似た現象がいろんな場所で発生する。その結果、全国どこに行っても同じような体験ができるようになる。一時的に人が集まることで、観光の活性化につながることも自体を問題視する意図は全くない。特に、観光を生業として生活する方々にとっては、いつ、なにが、どういう理由で流行しようが、そのことによって観光客が増えるのであればありがたい限りだ、と言われるであろうことも理解できる。

しかしながら、観光とは「その土地の光（本物）を観に行く（観せる）こと」である。おそらく違う土地で“バズった”モノ（コト）は、真の光でなければいっし

36) weblio 国語辞典、<https://www.weblio.jp/>、2021年12月17日。

37) weblio 国語辞典、<https://www.weblio.jp/>、2021年11月12日。

か忘れ去られるであろう。観光の語源が示すように、その土地の“本物”は、いつまでも輝き続ける「モノ」「コト」であってほしい。

これまでの観光の発展は、マスツーリズムと称される観光の大衆化によるところが大きい。観光旅行と言えば、団体旅行者を引き連れた大型バスが駐車場を埋め尽くし、小旗を持った旅行会社の添乗員の後ろを団体旅行者がついていく、そうした風景が一般的であった。もちろん、そうした観光スタイルを否定するものではないが、100年に一度のパンデミックを機に、密を避けることに慣れてきた人々にとっては、少人数で、それもあまり人が集中しない場所を求める観光スタイルも増えていくだろう。

一方で、観光による経済発展を目指す政策の裏側では、急激な観光客の増加によって、交通機関の混雑や交通渋滞、ゴミや騒音などキャパオーバーの状態となり、その結果、地域住民の生活環境の悪化を招き、本来ならば歓迎すべき地域側の反発を生みかねない、いわゆるオーバーツーリズムという現代の観光公害も問題となっている。

観光という現象は、観光者と観光者を受け入れる者（地域の住民）、その両者をつなぐ者（旅行代理店や観光案内者など）が、互いにうまくかみ合うことで成立する。つまり、観光者にとっての感動ポイントと地域にとってのアピールポイントが互いに共感できるかが、観光の「楽しさ」や「感動」を生み出す重要な要因であると言える。

近年の観光研究においては、これまでの「マスツーリズム」からの転換として、「サステナブルツーリズム（持続可能な観光）」が提唱されている。世界観光機関（UNWTO）によると、持続可能な観光とは「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されている。そして、次の3つの要因が求められるとされている。一つは、自然遺産と生態的多様性の保護に貢献しながら環境資源を最適に利用する要因、二つ目は、受け入れ地域の社会的・文化的真正性を尊敬する要因、最後に、貧困の緩和に貢献し、平等に配布される社会的、経済的な利益をもたらす要因である³⁸⁾。

持続可能な観光を目指すためには、多様化する観光がもたらす人、社会、文化、環境に対する効果（影響）をどう計測し、評価していくのか、そして、観光者と観光づくりがどれだけ共感できるかが今後の課題と言えるかもしれない。

38) 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所、<https://unwto-ap.org/>、2021年11月14日。

第2節 観光の役割

観光の歴史を振り返る中でも、これまで観光がもたらした功績は大きい。かつて人々が行ってきた「旅」は苦難の連続だった。必要に迫られ強制的に求められる旅は、一部の皇族や貴族を除いては生死をかけて行われてきた。時代とともに、その旅は一般庶民にとっても「楽しい」ものへと移り変わり、寺社巡礼や温泉湯治をはじめとする、自身の居住する土地以外の景観や文化を楽しむ「観光」が誕生した。

観光が誕生してから数百年の歴史を重ねてきたが、人々にとっては現代においても「楽しみを目的とする旅行」に変わらない。観光には、人々の心に計り知れないエネルギーを与え、定量的な数値では表すことのできない癒しやリフレッシュ効果をもたらし、人々の心に宿るエネルギーは生きる活力となり、人間社会へと還元される。

一方で、観光には貨幣という価値で表現できる一面も兼ね備えている。観光産業という商品として、社会経済の発展に寄与するものとして認知されている。産業としての観光は、移動する、食べる、遊ぶという人の行動の対価として支払われる貨幣によって、人々の生活を豊かにしていく効用を持ち備えている。

また、観光の語源は「国の光を観る」ことであった。「光」は文化ととらえることができる。国や地域の文化を観る、学ぶ、感じることこそ観光である。ゆえに観光が、文化を創り出してきた一面もあるのかもしれない。文化という言葉の意味についての考察はここでは差し控えるが、観光によって文化が輝き、また、文化を身近に感じることで、文化も発展していくに違いない。

かつての先人たちは、生死をかけるほどの苦難に満ちた旅を経験してきたが、そうした旅の歴史が時代とともに現代における楽しみのための旅行の基盤を作り出してきた。そして、これからも観光は、楽しむためのスタイルは多様化しながらも、楽しみを目的とする旅行という定義は変わることなく、人間社会の中で存在し続けるだろう。人間社会の平和の象徴として存在し続けることこそ観光の役割でもある。

第3節 これからの観光づくり

西暦2019年は、「令和」という新たな時代の幕開けとなった。当初2020年に開催されるはずであった東京オリンピック・パラリンピックが1年遅れでの開催となった。開催遅延の原因は、2019年12月に中国の武漢市で第1例目の感染者が報告されてから、わずか数か月ほどの間にパンデミックとなった新型コロナウイルス感染症である。世界的スポーツの祭典であるオリンピック・パラリンピックを延期せざる

を得ないほどの事態を招いた。この新型コロナウイルス感染症の流行は、「新たな生活様式」として、私たちの生活スタイルを大きく変容させた。そうした中、わが国においても感染者数が日々増加する中、「不要不急の外出の自粛」が叫ばれるようになると、観光をはじめとする経済活動は大きなダメージを受けることとなった。空港や駅などの交通機関をはじめ、飲食店や宿泊施設、観光施設では、かつての賑わいが嘘のように静まりかえり、人の移動が制限されるようになった。その後も感染症の状況は、第2波、第3波と呼ばれる感染拡大を繰り返し、一向に収まる気配はない。本論文が完成を迎える時点で、社会情勢がどのように変化しているかはわからない。また、多くの専門家の予測によると、少なくとも2019年以前の生活環境に一気に戻ることはないだろう、というのが大方の見方のようだ。しかしながら、人々がこの世で生活が続くけていくためには、まさに「新たな生活様式」を確立していかなければならない。未来を予測することはできるが、過去に戻ることはできない。これからも、人々が昔のように笑顔で楽しめる観光スタイルを創り出していく必要がある。これまでも観光のスタイルは時代とともに、そして、社会環境の変化とともに変わってきたが、「観光に行く」、「旅行に行く」ときの人間の動機や目的は大きく変わることはないと考える。初めて訪れる場所、初めて味わう美味しいもの、新たな出会いなど、人間の観光動機や目的はそれぞれ違うが、観光旅行をするときは誰もが心躍り、誰もがわくわくすることに違いない。こうした感情こそが観光の醍醐味であり、魅力である。

新型コロナウイルス感染症の流行で、観光・旅行のスタイルも変化している。一つは、観光の歴史のはじまりとも言える「マストゥリズム」、いわゆる団体旅行が、感染症で最も注意が必要な「密を避ける」という観点から、個人や少人数にシフトすることになった。また、公共交通機関という便利な手段を使うことで、短時間で遠くまで移動することが観光の楽しみの一つでもあるが、生活拠点からの移動の自粛などから、近隣観光が注目されるようになった。移動制限にかからない中で、いかにして観光を楽しむのか、そうした動きにも敏感になる必要があるだろう。また、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進により、情報の伝達のあり方も、これまでの「わが街いいとこ一度はおいで」の「来てください」のお願いスタイルから、「行ってみたい」と感じさせる情報発信が必要となってくる。

また、そこでしか味わうことのできない特別感に人は惹きつけられる。観光を動機づける点では誰もが集まるところよりも自分だけが行ける場所を求め、その価値の対価は例え高価であっても、特別なものを体験したいと思う人が増えつつある。特に、訪日外国人にとっては、まさにそうであろう。日本ならではの文化を特別に

体験したいと思うのが観光動機にもつながっている。そして、この場合に大切なのが、情報を発信する地域側と受信する観光者側が、どこまで求める観光情報のマッチングができるかである。地域の日常は、観光者にとっての非日常であるという“まなざし”を持てるかが鍵となる。

1878年（明治11年）に日本を訪れた英国女性イザベラ・バードが、書き記した「日本奥地紀行」の中で、「世界中で日本ほど婦人が危険にも無作法な目にもあわず、まったく安全に旅行できる国はない」³⁹⁾とっていたように、日本最大の魅力は、国内どこに行っても安全に安心して旅行、観光ができることである。その一方で、世界でも有数の自然災害発生国であるという事実も忘れてはならない。安全で安心な観光旅行を提供するためには、予測不可能な危険が潜んでいることを常に念頭に置き、世界中から訪れる観光者と受け入れる地域の人々の安全を確保する必要がある。2016年に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」においても、「世界一安全な国、日本の良好な治安等を体感できる環境整備を進める」としており、これまでの歴史において経験してきた教訓を最大限に活かした観光づくりが求められている。

第4節 観光の意義とあるべき姿

この論文では、「観光」とは「楽しみを目的とする旅行」と定義したが、そもそも人は「観光」に何を求めるのだろうか。この問いを考察するために、筆者自身が2021年8月に次のような調査を行った。テーマは、「生涯最後のときを迎える前に、どこへ行きたいか」というものである。具体的には、「行きたい場所」と「その理由」を回答してもらうこととした。なお、できるだけ回答しやすいように、この調査には次の2つの前提条件を付けた。一つは、「あなたが旅行をするときには、パスポートの有無、お金（旅行費用など）の有無、移動時間や移動手段、世界情勢（戦争や感染症の流行など）による制約は一切受けない」ということ。もう一つが、「あなたは、行きたい場所には必ず行くことができる」という条件である。

この調査のポイントは、次の2点である。一点目は、人がイメージする「生涯最後の観光旅行」とはどのようなものを思い描くのか。二点目は、導き出された旅行先には、その人にとってどのような感情が込められているのか。そして、この調査において、導き出された答えの中には、人の究極の観光動機のヒントがあるのではないかという仮説を立てた。

39) 神崎宣武・山本志乃『旅と観光の年表』河出書房新社、2011年、139頁。

調査は、限られた時間の中で実施したため、サンプル数は少ないが、その回答内容は以下のとおりである（表3参照）。

表3 「人生最後に行ってみたい場所」についての聞き取り調査結果

回答者	回答内容
A氏	以前、行った富士山の山頂にもう一度登りたい。あの時の感動と、自分自身の世界観が変わるという体験をもう一度確認したい。
B氏	福岡で過ごした大学時代の友人ともう一度再会したい。
C氏	かつて大病を患った経験があり、その時もそう思ったが、人生の最後となる日は、いつものように自宅で家族と一緒に美味しいご飯を食べたい。
D氏	自身が運転する車でアメリカ大陸を横断したい。延々と続くトウモロコシ畑を眺めながら道路を走り、ロードサイドのレストランで食事をし、モーターで宿泊をする。すべてを楽しみながら旅をしたい。
E氏	テレビでしか見たことがない海外へ行き、きれいな景色を見てみたい。
F氏	家族と一緒にドイツに行ってみたい。子供の頃に読んだアンネの日記に出てくるアウシュビッツを訪れ、そこで命を落とした人々の人生最後の歴史に触れてみたい。ただ、本当の最後の日、家族や好きな人と過ごしたい。

（資料）調査をもとに筆者が作成。

回答内容を大きく3つにわけて分析を行った。

（1）一見特徴が違う旅行先である「富士山登頂」と「大学時代の友人との再会」は、どちらも「過去の（良き）思い出」という点で一致している。A氏は、「富士山」へは一度訪れており、その時の感動をもう一度味わいたいというものである。B氏の「友人との再会」も過去に複数回の経験がある上でのことである。もう一度行きたい、もう一度会いたい、というどちらも「感動」や「思い出」が重要な動機付けとなっている。この現象は、観光旅行者が、リピーターとなって同じ場所に繰り返し訪れる行動に類似している。人生の最後のときを、一度行ったことのある場所で過ごしたいという回答からは、初めて訪れた観光者に対して、強いインパクトを与えることができる場所や体験などが、リピーターの観光動機につながっているのではないかという考えに至った。

（2）次に、「アメリカ大陸を車で横断したい」、「テレビで見た美しい景観を見てみたい」、「子どもの頃に本で読んだ、あの場所へ行きたい」という回答である。この回答からは、（1）とは正反対の動機として、「今までに行ったことのない」場所へ行きたいという欲求があることがわかる。そこには、夢やあこがれ・好奇心といった強い感情をもとに、生涯最後の旅行先をイメージしていることがわかった。

市販書籍のタイトルにもなっているが、「死ぬ前に行ってみたい場所」は、観光旅行の動機の原点かもしれない。

（3）過去に大病を患った経験があるというC氏の回答は、「家族との団らん」であった。大病を患い死をも覚悟した経験から、人生の最後は大切な家族と過ごしたいという回答には共感するものがある。

さらに、回答を分析してみると、そこには、家族や友人という「日常」を感じるキーワードと、「アメリカ大陸の横断」や「本で見た場所」という「非日常」を感じさせるキーワードが混在していることがわかった。

観光とは、「楽しみを目的とする旅行」であるが、そもそも人が楽しさを感じるのはどのようなときであろうか。美しい景色を見る「視覚」、鳥のさえずりや波の音など自然が織りなす音や楽器の音色を聴きとる「聴覚」、美味しい食べ物を味わう「味覚」などいわゆる五感で感じられるものが、人を「楽しい」という感情へ導くものと考えられるが、辛い山登りのあとの爽快感や達成感からの感動もまた、人にとっては楽しさに変化するものと考えられることができる。また、「楽しさ」は、その人にとっての人生観にも通じるところもあるのではないだろうか。大切な思い出、大切な人、あこがれや夢の実現も、観光動機には含まれているのではないかと考える。観光（旅行）は、その人の人生観とともに成立し、観光には、単に楽しいという感情だけではなく、夢やあこがれ・感動・達成感といった感情も含まれているのではないだろうか。

人は、生涯最後にどこへ行きたいと思うのか。今回の調査結果から見てきたものは、「過去の大切な思い出」と「あこがれ」、「日常」と「非日常」というキーワードである。

楽しみを目的とする観光の意義を考えると、人は、訪れた場所で体験する様々な出来事の中で、魂が揺さぶられるようなインパクトのある経験をしたとき、旅の思い出として脳裏に深く刻み込まれ、その後の人生において、とても大切なものとして心に格納され、生涯最後の瞬間を迎えたとき、もう一度、あの地へ行きたいと思うのではないだろうか。

岩崎邦彦氏（2019）は、「真の観光立国は、観光客に来てもらうだけでなく、観光を楽しむ国民が多い国である。目に見えない「観光のブランド」づくりに挑戦し続けるプロセスそのものが、人々の心をひきつける「地域引力」を生み出し、観光客や地域の人々の心を引きつけるはずである」と指摘している⁴⁰。

40) 岩崎邦彦『地域引力を生み出す観光ブランドの教科書』日本経済新聞出版、2019年、250-251頁。

観光は「楽しみ」を目的とするものであるがゆえに、死の直前にもう一度心から楽しみたいと思うような人々の魂を揺さぶり、人々の心をひきつけるモノ（コト）の存在が、観光のあるべき姿ではないだろうか。

第5章 結論 —今後の課題—

人がこの世に生を受け、死を迎えるまでにどのくらいの旅をするのだろうか。旅といっても仕事を目的とした旅もあれば、自分以外の人の目的を達成するために関わる旅もあるだろう。人の移動のすべてを旅という概念でとらえると、相当な数の旅をしていることになるだろう。

観光の歴史は、旅の歴史でもあった。旅は人の移動であり、そこには修行のような苦難が待ち受けていた。一般庶民の旅は、旅の疲れや暑さ寒さをしのぐことさえままたまならず、旅の途中に死の淵をさまようことも珍しくなかった。平和な世の中になるにつれて、庶民にも観光的要素の旅ができるようになってきた。現代ではパワースポット巡りと言われ、信仰の有無に関係なく賑わいを見せる寺社参詣は、庶民の観光旅行の始まりであった。また、同じ時期に始まった温泉湯治の旅は、病気や怪我の療養を目的とした長期的な旅であった。

平和な世の中になるにつれ辛く苦しい旅から楽しみを目的とする旅行となり、現代においては観光旅行として発展してきた。観光旅行をとりまく環境は、これからも時代とともに変化し続けるであろうが、「楽しみを目的とする旅行」という概念は、未来永劫変わることはないだろう。

観光には、人を幸せにする力がある。人間の心身をリフレッシュする力、人間社会を豊かにしていく経済的な力、人間社会の文化をつくり上げていく力である。

また、観光には観光をする観光者と、観光者を受け入れる者が存在する。その時点では、する側と、受け入れる側であるために、それぞれ立場が違ってくる。しかしながら、双方とも同じ人間の行動であり、観光者を受け入れる側もあるときは観光者の立場となることもあろう。観光者が求めるもの、観光者にとって心地の良いものは何かを考えると、受け入れる側はいろいろなアイデアや思考のもとで仮説を立て試行錯誤を繰り返す。しかし、違う角度から考えてみると、受け入れる観光者は「自分自身」である。自分自身が何を求めて観光旅行をするのか、何を求めてこの土地を訪れたのか、そうした“まなざし”を持つことが大切である。

2020東京オリンピック誘致の際に話題となった「おもてなし」は、日本人の心に宿る文化である。おもてなしの特徴は、さり気なく気持ちの良い空間を作り出すこ

と。相手を思い、さりげない中にも上質な気遣いができること⁴¹⁾である。アメリカの社会学者ホックシールドは、感情を資源にして行われる労働を「感情労働」と呼び⁴²⁾、おもてなしの危険性を指摘するが、かつて、日本を旅したイザベラ・バードが自身の旅行記の中で、日本人を「たいそう丁寧」⁴³⁾と表現しているように、日本観光の特別な魅力である“心のこもったおもてなし”をもっと大切にしたい。

現代の観光は、国や地方自治体をはじめ、多くの観光事業者のたゆまない努力のおかげで、全国各地で観光が地域活性化の起爆剤となっている。その一方で、全国どこかで観光による成功体験があると、どこに行っても同じようだと揶揄されることもある。

確かに多くの人が集まることによる経済効果の観点は、観光の意義としても大変重要であり、軽んじることはできないが、観光が、人をひきつけ、人を感動に誘い、人の心身を癒すものであるならば、その地域にしかないもの、その地域だからこそ、訪れた人に与えることができる“本物”を提供したい。それは、その地域にあるごく自然の姿であり、あるときは地域住民の日常の生活の中にあるものかもしれない。その地域で生活する人々が、地域での日常（モノやコト）を誇りに思い、大切にするからこそ「光（本物）」となり、人をひきつけ、感動させる特別なものになっていくのではないだろうか。

観光づくりの原点は、自分自身が心の底から求める旅である。同時に、自分自身の誇りある日常が、観光者の非日常となり、そこにこそ観光者の「魂を揺さぶる」本物が存在する。

人生のエンディングを迎えるとき、最後に命をかけて行ってみたいと思う場所。そこには、一体何が存在しているのだろうか。きっと「魂が揺さぶられるようなモノ（コト）」があるはずである。そうした観光づくりがあってもいいのではないだろうか。そこに辿り着くためには、どのような仕組みや仕掛けづくりが必要なのか、今後の研究課題としたい。

参考文献

安藤優一郎『江戸の旅行の裏事情』朝日新聞出版、2021年。

磯田道史『感染症の日本史』文春新書、2020年。

磯田道史『天災から日本史を読みなおす』中公新書、2014年。

イザベラ・バード『日本奥地紀行』株式会社平凡社、2000年。

41) OMOTEWASHI JAPAN、<https://omotewashi.jp/>、2021年12月17日。

42) 安村克己他3名『よくわかる観光社会学』株式会社ミネルヴァ書房、2011年、54頁。

43) イザベラ・バード『日本奥地紀行』株式会社平凡社、2000年。

- 岩崎邦彦『地域引力を生み出す観光ブランドの教科書』日本経済新聞出版、2019年。
- 内田宗治『外国人が見た日本』中公新書、2018年。
- 香川眞『観光学大辞典』株式会社木楽舎、2007年。
- 神崎宣武・山本志乃『旅と観光の年表』河出書房新社、2011年。
- 白坂蕃・稲垣勉・小沢健市・古賀学・山下晋司『観光の辞典』朝倉書店、2019年。
- 島川崇『新しい時代の観光学概論』株式会社ミネルヴァ書房、2020年。
- ジョン・アーリー／ヨナス・ラスン『観光のまなざし』一般財団法人法政大学出版局、2014年。
- デービッド・アトキンソン『新・観光立国論【実践編】世界一訪れたい日本のつくりかた』東洋経済新報社、2017年。
- 長谷川政弘『観光振興論』株式会社税務経理協会、1998年。
- 溝尾良隆『観光学全集 第1巻 観光学の基礎』株式会社原書房、2009年。
- 村山慶輔『観光再生サステナブルな地域をつくる28のキーワード』株式会社プレジデント社、2020年。
- 安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟『よくわかる観光社会学』株式会社ミネルヴァ書房、2011年。
- 千相哲『九州観光学—九州の観光を読み解く—』株式会社晃洋書房、2018年。
- 前田勇『観光とサービスの心理学—観光行動学序説—』株式会社学文社、1995年。
- 佐滝剛弘『観光公害—インバウンド4000万人時代の副作用—』祥伝社、2019年。
- 佐竹真一「ツーリズムと観光の定義—その語源的考察、および、初期の使用例から得られる教訓—」『大阪観光大学紀要』第10巻、大阪観光大学、2010年。
- 内閣官房、<https://www.cas.go.jp/>、2021年11月12日。
- 一般財団法人国土技術研究センター <https://www.jice.or.jp/>、2021年11月14日。
- 防災システム研究所、<https://www.bo-sai.co.jp/index.html>、2021年11月14日。
- 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所、<https://unwto-ap.org/>、2021年11月14日。

[付 記]

本論文において、本論文の構想から論文の具体的な執筆及び論文完成まで、すべて共著者である長崎県立大学大学院・地域創生研究科2年生の池本昭治氏の手によるものであり、その成果(研究業績)のすべては池本氏に帰属するものである。ただし、本論文に関してのあらゆる責任は筆頭筆者である村上則夫とする。

